

ВЫРУЧКА И ОПЕРАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ «ЛЕНТЫ» ЗА ТРЕТИЙ КВАРТАЛ, ЗАВЕРШИВШИЙСЯ 30 СЕНТЯБРЯ 2019 ГОДА

Санкт-Петербург, Россия; 28 октября 2019 г. – «Лента Лтд» (Lenta Ltd) (LSE, MOEX: LNTA/ «Лента» или Компания), одна из крупнейших розничных сетей России, объявляет консолидированные операционные результаты и продажи за третий квартал, завершившийся 30 сентября 2019 г.

Основные операционные показатели за третий квартал 2019 г.:

- Совокупная выручка в третьем квартале 2019 г. сократилась на 0,4% до 100,4 млрд рублей (третий квартал 2018 г.: 100,8 млрд рублей), выручка от розничных продаж увеличилась на 2,9% до 97,8 млрд рублей (третий квартал 2018 г.: 95,1 млрд рублей), а оптовая сократилась на 55,0%;
- Сопоставимые («LFL»)¹ розничные продажи сократились на 0,5% без НДС по сравнению с показателем третьего квартала 2018 г. Это эквивалентно росту сопоставимых розничных продаж на 0,4% с НДС на фоне повышения налоговой ставки с 1 января 2019 г.;
- LFL трафик сократился на 2,0% при одновременном росте LFL розничного среднего чека на 1,5%;
- В третьем квартале 2019 г. открыт один гипермаркет;
- Общее число магазинов «Ленты» по состоянию на 30 сентября 2019 г. составило 375, в том числе 246 гипермаркетов и 129 супермаркетов;
- Общая торговая площадь Компании по состоянию на 30 сентября 2019 г. составила 1 471 647 кв. м (+4,3% по сравнению с показателем на 30 сентября 2018 г.);
- Число активных держателей карт лояльности «Лента»² достигло 15,5 млн человек (+12,5% год-к-году), около 97% совокупных продаж в третьем квартале 2019 г. было осуществлено с использованием карт лояльности.

Основные операционные показатели за девять месяцев 2019:

- Выручка за девять месяцев 2019 г. выросла на 1,9% до 299,6 млрд рублей (девять месяцев 2018 г.: 294,0 млрд рублей), включая рост выручки от розничных продаж на 5,7% и сокращение выручки от оптовых продаж на 59,9%;
- Сопоставимые розничные продажи выросли на 1,7% без НДС по сравнению с показателем девяти месяцев 2018 г. Это эквивалентно росту сопоставимых розничных продаж на 2,6% с НДС на фоне повышения налоговой ставки с 1 января 2019 года;
- LFL трафик увеличился на 0,7% при одновременном росте LFL среднего чека на 1,0%;
- В течение девяти месяцев 2019 г. открыто четыре новых гипермаркета и один супермаркет, два гипермаркета и семь супермаркетов закрыто.

Ключевые события третьего квартала 2019 г. и после отчетного периода:

- Компания открыла представительство Lenta Ltd. в Санкт-Петербурге (управляющая компания зарегистрирована на Британских Виргинских островах). Финансовый директор «Ленты», Руд Педерсен, был назначен главой представительства;
- На внеочередном общем собрании акционеров 22 октября 2019 года было принято решение, что компания Lenta Ltd сменит юрисдикцию на Республику Кипр и будет зарегистрирована в качестве публичной компании с ограниченной ответственностью Lenta PLC с последующими изменениями и заменой действующего Меморандума и Устава. С полным текстом решений и результатами голосования внеочередного собрания можно ознакомиться на сайте www.lentainvestor.com.

¹ Магазины «Лента» включаются в расчет показателя сопоставимости (LFL) спустя 12 месяцев после окончания месяца, в котором они были открыты. Компания не вводила изменения в методике подсчета базы LFL; показатели совокупной выручки и сопоставимых продаж приведены без НДС для наилучшего отражения динамики год-к-году;

² Под активными держателями карт лояльности подразумеваются держатели карт, сделавшие как минимум 2 покупки за последние 12 месяцев, закончившиеся 30 сентября 2019 г.

Генеральный директор «Ленты» Герман Тинга прокомментировал:

«Третий квартал 2019 г. стал очередным сложным периодом для продовольственного ритейла. На рынке сохраняется высокая ценовая конкуренция на фоне слабых макроэкономических показателей и стремительной экспансии торговых сетей. Покупатели остаются чувствительными к ценам, в то время как количество магазинов для ежедневных покупок растет, и ритейлеры усиливают промо-активность для привлечения трафика.

Мы наблюдаем эти тренды в «Ленте»: частота визитов и количество товаров в чеке снизились. Это значительно повлияло на наши результаты в третьем квартале – «Лента» продемонстрировала рост выручки от розничных продаж на 2,9%, в то время как сопоставимые («LFL») розничные продажи сократились на 0,5%. Мы также столкнулись с сезонными факторами, такими как неблагоприятные погодные условия, низкий спрос на непродовольственные товары и сезонные продукты, которые особенно повлияли на нашу выручку в июле и сентябре. Кроме того, негативное влияние оказало меньшее количество выходных дней в сентябре по сравнению с прошлым годом. Тем не менее, наши результаты в августе были лучше благодаря запуску нескольких промо-кампаний, включая ранний старт «Дня рождения «Ленты» и традиционной акции «Снова в школу».

Мы также работали над улучшением покупательского опыта и коммуникации с клиентами в обоих форматах. Кроме того, мы продолжаем работать над оптимизацией нашей логистики. В октябре мы закрыли арендованный склад в Москве и открыли новый распределительный центр площадью около 70 990 кв.м, который стал самым крупным складом в портфолио «Ленты». В то же время мы продолжаем формировать новую стратегию, которая должна помочь нам вступить в новую эпоху развития компании.

И, наконец, что немаловажно, я рад объявить, что компания предприняла дальнейшие шаги по оптимизации холдинговой структуры Группы. Вместе с открытием представительства в Санкт-Петербурге на внеочередном общем собрании акционеры утвердили смену юрисдикции управляющей компании с Британских Виргинских островов на Республику Кипр. Переход должен обеспечить более оптимальное распределение капитала в будущем, а также оптимизировать стоимость комплаенса и улучшить корпоративное управление».

Операционные показатели «Ленты»

Розничная выручка в третьем квартале 2019 увеличилась на 2,9% в основном за счет расширения торговых площадей. Общая выручка составила 100,4 млрд рублей, что на 0,4% ниже по сравнению с показателем третьего квартала прошлого года. Существенное снижение продаж оптовым покупателям на 55,0% обуславливает разницу между динамикой роста розничной выручки и совокупной выручки в третьем квартале. «Лента» ожидает падения оптовых продаж год-к-году на протяжении всего 2019 г.

В ответ на сложные рыночные условия компания продолжила реализацию серии инициатив, призванных повысить привлекательность предложения «Ленты» для покупателей. Компания продолжила работать над улучшением ассортимента, запустив, в том числе ряд новых частных марок в третьем квартале. Компания также внедрила ряд инициатив в маркетинге, программе лояльности и коммуникациях с покупателями, включая запуск программ, предлагающих кэшбек новым и постоянным покупателям, а также специальную карточную программу для профессиональных покупателей «Ленты» - «Лента ПРО».

Компания сохранила фокус на реализацию программы электронных маркетинговых коммуникаций, призванной увеличить трафик и размер корзины покупателей через рассылку индивидуальных предложений. Количество активных держателей карт лояльности увеличилось до 15,5 млн человек (+12,5% год-к-году) по состоянию на 30 сентября 2019 г., а доля транзакций, совершенных по карте лояльности, составила 97%. Мобильное приложение «Лента», запущенное в четвертом квартале 2018 г., уже установили более 3,5 млн покупателей. Компания продолжит развивать приложение, чтобы обеспечить лучший покупательский опыт. В третьем квартале мы улучшили наш подход к формированию индивидуальных промо-предложений и добавили доступ в специализированные клубы «Ленты» («Супердетство» и «Лента Бар») через мобильное приложение. Мы ожидаем, что

эти и другие инициативы приведут к росту лояльности, продаж и снижению маркетинговых расходов.

Рост розничной выручки в гипермаркетах в третьем квартале составил 1,5% в основном за счет увеличения торговой площади формата на 4,1%, в то время как сопоставимые розничные продажи в формате гипермаркетов сократились на 1,2%. Рост розничной выручки в формате супермаркет во втором квартале 2019 года составил 21,3%, что обусловлено увеличением торговой площади на 6,5% и ростом сопоставимых розничных продаж на 9,3%. Доля супермаркетов в совокупной розничной выручке «Ленты» составила 8,3% против 8,7% во втором квартале 2019 г. Доля формата увеличилась с 7,8% в четвертом квартале 2018.

	Квартальные показатели				Показатели с начала года			
	3кв. 2019	3кв. 2018	Изм.	Изм. (%)	9М 2019	9М 2018	Изм.	Изм. (%)
Выручка (рублей, млн)	100 384	100 801	(418)	(0,4%)	299 565	294 017	5 548	1,9%
Розн. выручка (рублей, млн)	97 802	95 069	2 733	2,9%	292 658	276 790	15 868	5,7%
Гипермаркеты	89 661	88 358	1 303	1,5%	267 447	258 406	9 041	3,5%
Супермаркеты	8 141	6 711	1 430	21,3%	25 211	18 384	6 827	37,1%
Опт. выручка (рублей, млн)	2 582	5 732	(3 150)	(55,0%)	6 907	17 227	(10 320)	(59,9%)
Розн. средний чек (рублей)	966	967	(1)	(0,1%)	975	989	(14)	(1,4%)
Гипермаркеты	1 074	1 060	14	1,3%	1 081	1 071	10	0,9%
Супермаркеты	459	449	10	2,2%	477	476	2	0,3%
Розн. трафик (млн)	101,2	98,3	2,9	3,0%	300,3	279,9	20,4	7,3%
Гипермаркеты	83,5	83,4	0,1	0,2%	247,4	241,2	6,2	2,6%
Супермаркеты	17,7	14,9	2,8	18,7%	52,9	38,7	14,2	36,7%

Совокупный розничный трафик покупателей «Ленты» в третьем квартале 2019 г. вырос на 3,0% по сравнению с аналогичным периодом 2018 г., в том числе на 2,0% в гипермаркетах и на 18,7% в супермаркетах.

В отчетном периоде в базу LFL вошли 11 супермаркетов и один гипермаркет. Сопоставимые розничные продажи сократились на 0,5% (без НДС) в третьем квартале, включая снижение сопоставимого розничного трафика на 2,0% и увеличение сопоставимого розничного чека на 1,5%. Сопоставимые розничные продажи продовольственных товаров увеличились на 0,5% (2 квартал 2019г.:1,7% год-к-году), в то время как LFL розничные продажи непродовольственных товаров снизились на 6,7% год-к-году (2 квартал 2019г.: -5,7% год-к-году).

	Квартальные показатели			Показатели с начала года		
	Рост LFL продаж 3кв. 2019	Рост LFL среднего чека 3кв. 2019	Рост LFL трафика 3кв. 2019	Рост LFL продаж 9М 2019	Рост LFL среднего чека 9М 2019	Рост LFL трафика 9М 2019
Сопоставимые розн.продажи, %	(0,5%)	1,5%	(2,0%)	1,7%	1,0%	0,7%
Гипермаркеты	(1,2%)	2,1%	(3,3%)	0,8%	1,8%	(1,0%)
Супермаркеты	9,3%	3,4%	5,7%	15,3%	2,8%	12,1%

«Лента» продолжает привлекать уникальных покупателей в свои магазины, как в новые, так и в LFL гипермаркеты и супермаркеты.

Сокращение LFL розничных продаж в гипермаркетах на 1,2% было обусловлено снижением роста трафика. Трафик покупателей в сопоставимых гипермаркетах продемонстрировал негативную динамику на уровне -3,3% из-за снижения частоты покупок, которое в значительной степени нивелировало эффект от увеличения числа новых покупателей. В ответ на снижение трафика компания усилила промо-активность в августе и сентябре, что привело к значительному притоку охотников за скидками с небольшими чеками, высокой доле промо-товаров в корзине и очень низкой частоте покупок.

LFL средний розничный чек в гипермаркетах вырос на 2,1% за счет тренда на покупку более дорогих товаров, который значительно компенсировал дефляцию на полках в третьем квартале. Гипермаркеты «Лента» вернулись в дефляционную среду в третьем квартале на фоне более интенсивной промо-активности и низких цен на сезонные продукты, такие как фрукты и овощи. При этом динамика LFL среднего чека улучшилась по сравнению с предыдущим кварталом в результате увеличения числа товаров в корзине по сравнению со вторым кварталом 2019.

Сопоставимые розничные продажи в супермаркетах в третьем квартале 2019 г. продемонстрировали уверенный рост на уровне 9,3%. Высокий розничный трафик, ставший результатом заметного увеличения числа новых уникальных покупателей в формате, оставался ключевым драйвером увеличения сопоставимых розничных продаж. «Лента» продолжила внедрять тактические изменения в предложении, в том числе расширяла ассортимент и оптимизировала маркетинговые активности, чтобы повысить привлекательность магазинов для покупателей. LFL розничный чек вырос на 1,9% в отчетном периоде, так как влияние тренда на покупку более дорогих товаров и инфляция на полке были частично нивелированы сокращением среднего числа товаров в корзине.

Сопоставимые розничные продажи показали снижение на уровне 0,5% (без НДС) в третьем квартале на фоне комбинации ряда факторов – увеличение числа покупателей в сочетании с трендом на покупку более дорогих товаров были нивелированы общей дефляцией на полках, сокращением частоты покупок и числа товаров в корзине.

Операционные показатели третьего квартала 2019 г. по месяцам

	Июль	Август	Сентябрь
Выручка	-2,1%	2,7%	-1,7%
Розничная выручка	2,1%	5,3%	1,3%
<i>Гипермаркеты</i>	0,4%	3,9%	0,1%
<i>Супермаркеты</i>	25,9%	22,8%	15,9%
Оптовая выручка	-63,7%	-46,4%	-52,4%
Розн. трафик	2,3%	3,9%	2,7%
<i>Гипермаркеты</i>	-1,3%	1,4%	0,4%
<i>Супермаркеты</i>	23,6%	18,2%	14,8%
Розничный средний чек	-0,2%	1,3%	-1,4%
<i>Гипермаркеты</i>	1,7%	2,6%	-0,3%
<i>Супермаркеты</i>	1,8%	3,9%	1,0%

Развитие сети магазинов

В третьем квартале 2019 г. «Лента» открыла один собственный гипермаркет формата «компакт» торговой площадью 5 920 кв.м. В отчетном периоде компания закрыла один арендованный гипермаркет и три арендованных супермаркета, что означает три закрытия на нетто-основе.

В результате в отчетном периоде торговая площадь «Ленты» сократилась на 1 290 кв.м по сравнению с прошлым кварталом. По состоянию на 30 сентября 2019 общее количество магазинов компании составило 375, в том числе 246 гипермаркетов и 129 супермаркетов общей торговой

площадью 1 471 647 кв.м (рост на 4,3% год-к-году). «Лента» сохранила присутствие в 88 российских городах.

После отчетного периода Компания открыла один арендованный супермаркет в Москве торговой площадью 611 кв.м и один собственный супермаркет в Сибири площадью 700 кв.м. На момент выпуска пресс-релиза компания оперирует 377 магазинами, включая 246 гипермаркетов и 131 супермаркет с общей торговой площадью порядка 1 472 869 кв.м.

Компания продолжает работать над оптимизацией логистики. После отчетного периода Компания закрыла один арендованный распределительный центр в Москве площадью 14 990 кв.м. Склад был заменен новым распределительным центром в Москве площадью около 70 990 кв.м – это самый крупный распределительный центр в портфолио «Ленты». Склад оснащен новым оборудованием и имеет функциональные особенности (например, разные температурные зоны) с целью оптимизации в области закупок и логистики, особенно в категориях свежих и замороженных товаров, а также фруктов и овощей. Кроме того, новый склад включает в себя отдельные помещения для обслуживания знаковых категорий товаров «Ленты», что также позволит улучшить их централизацию и развитие. Например, одно из таких помещений будет использоваться для развития собственного производства (кулинарии, кондитерских изделий и т.д.), а также для производства хлебобулочных изделий. Это должно обеспечить одинаковые производственные стандарты по всей сети. Помимо этого, увеличение площади склада должно оказать поддержку в случае роста объемов поставляемых товаров.

	Квартальные показатели				Показатели с начала года			
	На 30 июня 2 кв. 2019	На 30 июня 2 кв. 2018	Изм.	Изм. (%)	На 30 июня 1П 2019	На 30 июня 1П 2018	Изм.	Изм. (%)
Количество магазинов	378	345	33	9,6%	378	345	33	9,6%
Гипермаркеты	245	233	13	5,6%	246	233	13	5,6%
Супермаркеты	132	112	20	17,9%	132	112	20	17,9%
Количество новых магазинов³	3	8	-5	-62,5%	-1	17	-18	-105,9%
Гипермаркеты	2	1	1	100,0%	2	2	0	0,0%
Супермаркеты	1	7	-6	-85,7%	-3	15	-18	-120,0%
Общая торговая площадь³ (кв.м)	1 475 029	1 403 077	71 952	5,1%	1 475 029	1 403 077	71 952	5,1%
Гипермаркеты	1 363 256	1 308 168	55 088	4,2%	1 363 256	1 308 168	55 088	4,2%
Супермаркеты	111 773	94 909	16 864	17,8%	111 773	94 909	16 864	17,8%
Добавленная торговая площадь (кв.м)	10 568	10 172	396	3,9%	7,547	19 197	-11 650	-60,7%
Гипермаркеты	9 603	4 793	4 810	100,4%	9 791	9 951	-160	-1,6%
Супермаркеты	965	5 379	-4 414	-82,1%	-2 244	9 246	-11 490	-124,3%

Прогноз

«Лента» подтверждает планы на 2019 год, включая открытие восьми новых гипермаркетов и трех супермаркетов в рамках органического роста. «Лента» ожидает капитальные затраты на уровне 17 млрд рублей.

О компании

«Лента» – первая по величине сеть гипермаркетов и четвертая среди крупнейших розничных сетей страны. Компания была основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге. «Лента» управляет 246 гипермаркетами в

³ В отчетном периоде. В мае 2018 г. Компания закрыла арендованный супермаркет торговой площадью 721 кв. м в Москве. В январе 2017 г. Компания закрыла один арендованный супермаркет в Электростали (Московский регион) торговой площадью 1 135 кв.м.

88 городах России и 131 супермаркетом в Москве, Санкт-Петербурге, Сибири, Уральском и Центральном регионах с общей торговой площадью 1 472 869 кв.м. Средняя торговая площадь одного гипермаркета «Лента» составляет около 5 500 кв.м, средняя площадь супермаркета – 800 кв.м. Компания оперирует двенадцатью распределительными центрами.

Компания развивает несколько форматов гипермаркетов с низкими ценами, которые отличаются маркетинговой и ценовой политикой, а также ассортиментом товаров местных производителей. По состоянию на 31 декабря 2018 г. штат Компании составлял около По состоянию на 30 июня 2019 г. штат Компании составлял около 50 509 человек⁴.

Менеджмент компании сочетает значительный международный опыт с глубоким знанием российского рынка и обширным опытом работы в России. Крупнейшими акционерами «Ленты» являются «Севергрупп», которые придерживаются высоких стандартов корпоративного управления. «Лента» имеет листинг на Лондонской фондовой бирже и Московской Бирже под торговым кодом «LNTA».

С кратким видео о бизнесе «Ленты» и проекте Big Data можно ознакомиться, перейдя по ссылке.

За более детальной информацией, пожалуйста, обращайтесь на <http://www.lentainvestor.com> или по указанным ниже контактам:

«Лента»

Мария Филиппова

Руководитель службы по связям с общественностью и государственными органами

Тел.: +7 812 380-61-31 доб.: 1892

E-mail: maria.filippova@lenta.com

NW Advisors

Виктория Афонина

Тел.: +7 495 795 06 23

E-mail: lenta@nwadvisors.com

⁴ В эквиваленте полных штатных единиц (full time equivalent, FTE). Средний показатель FTE в первом полугодии 2019 г. составил 51 470 сотрудника.